

A TREIA ERĂ A MANAGEMENTULUI

Conf. univ. dr. Liviu NEAMȚU

Prof. univ. dr. Adina NEAMȚU

Universitatea Constantin Brâncuși din Târgu
Jiu

A THIRD ERA OF MANAGEMENT

Assoc. Prof. PhD Liviu NEAMȚU

Prof. PhD Adina NEAMȚU

„Constantin Brâncuși” University of Târgu
Jiu

Rezumat

Managementul la fel ca orice activitate socială parcurge etape de evoluție specifice tendințelor generale din societate. Urmărind aceste tendințe istorice studiul rezumă evoluția managementului la patru stadii ale unui ciclu complet de evoluție, începând de la un management informal la unul perfect formalizat.

Aceste stadii de evoluție se găsesc diferențiat reprezentate la nivelul diverselor regiuni economice de dezvoltare de pe glob. Evoluția din ce în ce mai grupată a modelelor de management și generalizarea școlilor de gândire managerială determină, în momentul actual o evoluție globală a managementului la nivel mondial. Pentru etapa actuală de evoluție poate fi numită ca „cea de-a treia eră a managementului” dar și „perioada imperială” în care presiunile manageriale asupra indivizilor, fie conducători, fie subalterni, sunt enorme.

Evoluția companiilor, dar și a piețelor și economiilor naționale sau economiei globale este dictată de această tendință actuală în management, generând mutații foarte puternice în raporturile de forțe. Economia mondială se află în ceea ce se poate numi „războiul resurselor” iar alternativa pe care o considerăm necesară în acest este „managementul uman” deși tendințele speculative de concentrare ale capitalurilor sunt opozabile oricăror planuri statale sau globale de reglementare etică a managementului.

Cuvinte cheie: managementul uman, economia globală, războiul resurselor, etică a managementului

1. De ce managementul are o dimensiune rațional-social-umană necesară?

De multe ori ne întrebăm dacă este necesar să facem „un lucru” sau nu. Și tot de multe ori evaluăm utilitatea evenimentelor și acțiunilor derulate, în care am fost implicați. Cele mai multe conjuncturi în care ne aflăm generează o sumă de acțiuni prin care ne reechilibram ca indivizi în raport de conjuncturile în care ne situăm.

Astfel derulăm zilnic sau aproape permanent

Abstract

Management like any social activity through specific stages of development trends from general society. Following these historical trends, this study summarizes the evolution of management at four stages of a full cycle of development, from a informal management to one perfect formalized.

These stages of development are found differential represented at the various economic development regions in the world. Evolution increasingly grouped patterns of management and generalization for schools of thought management determines the current global development of worldwide management. For the current stage of evolution may be called as "the third era of management" or "imperial period" in which management pressures on individuals, employers or subordinate, are enormous.

Evolution of companies, of markets and national economies also the global economy is driven by the current trend in management, leading to very strong mutations in the relationship of forces. The world economy is in what is called "war of resources" and the alternative that we believe is necessary in this "human management" although speculative trends of concentration of capital are binding on any plans or state regulators global ethical management.

Key words: human management, global economy, war of resources, ethical management

1. Why management has a rational, social and human size?

Often ask if you need to do "something" or not. Still often evaluate the usefulness of events and actions performed, in which we was involved. Most circumstances where we are involved generating a sum of actions by which we as individuals rebalancing.

Thus we conduct daily or almost permanent actions, activities and formalities through we delimitate, organize, coordinate and

acțiuni, activități și formalități prin care ne delimităm, ne organizăm, ne coordonăm și ne conducem propria viață. Iată de ce efectuăm continuu procese de management.

Ca urmare acțiunile noastre sunt o repetiție a ceea ce suntem la nivel social și individual. Este normal ca atunci când o persoană se află într-o funcție de conducere să facă alegeri în raport de valori și credințe proprii alături de valorile normative generale. Aceasta dă o dimensiune de activitate socială a managementului fiind puternic influențat ca forme de manifestare de către credințe, valori și idei care se dezvoltă la nivelul societății la un moment dat.

Valorile individuale pot să primeze în perioade cu schimbări majore în planul credințelor dar și al realității imediate. În astfel de momente nu mai există repere generale ci doar repere individuale.

Valorile sociale sunt active dimpotrivă în perioade de stabilitate și chiar de creștere stabilă oamenii nefiind dispuși la schimbări ci doar la adaptări la sistemele de valori existente.

Valorile raționale sunt active pentru perioadele de manifestare a tranziției către noi nivele de dezvoltare în condițiile în care anumite norme sociale tind să-și atingă limitele.

2. Evoluția lumii moderne.

Lumea modernă se află într-o schimbare majoră către individualism și respectul pentru diferențe după o evoluție de peste 50 de ani în direcția integrării. Toate aceste schimbări se resimt pe patru paliere ce caracterizează sistemul social, economic, cultural sau legal rezultând *valori și credințe* la nivelul acestor patru direcții.

Cele patru nivele de manifestare a valorilor pot fi reprezentate grafic astfel:

manage our own life. That is why we make continuous management process.

In this way, our actions are the repetition of what we are on the social and individual level. It is normal that when a person is in a leadership position to make choices in relation to their own values and beliefs among the general norms. This gives a social dimension of management it being strongly influenced as forms of manifestation by the beliefs, values and ideas that are developed at the society on a given moment.

Individual values can be given priority in periods of major changes in the beliefs and the immediate reality. In such moments there are no general guidelines but only individual marks.

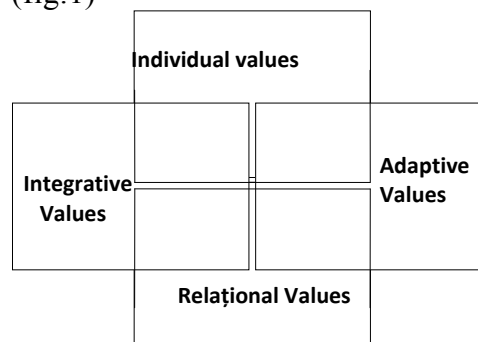
Social values are instead active in periods of stability or even stable growth when the people not willing to changes, only the adjustments to the existing values.

Rational asset values are shown for periods of transition to a new level of development on the conditions that certain social norms tend to reach their limits.

2. Evolution of the modern world.

The modern world is in a major change towards the individualism and respect for differences after evolving for over 50 years in the direction of integration. All these changes are felt on four levels that characterize the social, economic, cultural and legal values and beliefs resulting from these four directions.

The four levels of manifestation of values can be represented graphically as follows (fig.1)



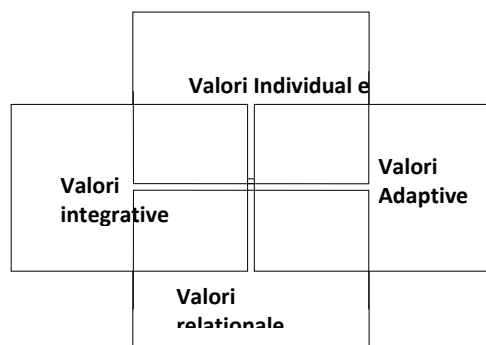


Figura nr. 1 - Forme de manifestare a valorilor

Valorile integrative sunt cele care asigură integritatea internă a unei comunități și se referă la *raporturile de poziție* (atitudinea față de autoritate) și *raporturile de valoare* (atitudinea față de persoană). La acestea putem adăuga și *atitudinea în raport de terți*, *atitudinea în raport de relațiile interumane* sau *atitudinea față de natura umană*.

Modificarea paradigmei sociale este tendința de care se tem cel mai mult companiile și pe care o așteaptă mișcările reformatoare sau chiar anarhiste din societățile evolute.

Paradigma socială se referă la societate, în ansamblu, ca fiind formată din grupuri de indivizi cu un comportament comun optând astfel pentru culturile de grup sau culturile sociale ca element definitoriu al organizațiilor. Astfel se elimină rolul individului ca individualitate cu nevoi și trebuințe proprii.

Lumea modernă a evoluat în ultimii 50 de ani către eliminarea individualităților și diferențelor dintre membrii unei comunități. Acest lucru s-a manifestat atât în planul consumului printr-un consum de tip social cât și la nivelul organizațiilor unde angajații au fost obligați să adopte din ce în ce mai mult un comportament social de grup.

Și la nivelul managementului există, în acord cu dezvoltarea de ansamblu a societății, două tipuri de **abordări în raport de valoare**.

Acste abordări diferite se reflectă ca atare în domeniul managementului fie sub forma culturii „individualiste” în care individul trebuie să îndeplinească anumite funcții având responsabilități precise stabilite prin

Figure no. 1 - Manifestation forms of the values

Integrative values are those that ensure the internal integrity of a community refers to the *position relations* (attitude toward authority) and the *value relations* (attitude toward the person). To these we can add *the attitude in relation to others*, *the attitude to general human relations* and *the attitude towards human nature*.

Changing social paradigm is the tendency to fear the most companies and which is expect by the reformer or even anarchist movements from evolved societies.

Social paradigm concerns society as a whole, as being composed by groups of individuals with a common behavior, opt in favor of group culture or social cultures as a defining element of the organizations. This eliminates the role of the person as individual into needs and personal requirement.

The modern world has evolved over the last 50 years to eliminate individuality and differences between members of a community. This was manifested both in the consumption by a social consumption as well as on the organizations where employees were forced to take increasingly more a social group behavior.

Equally, in agreement with the overall development of society, the management is characterized by two types of approaches in *relation to value*.

These different approaches are reflected as such in management domain in the form of:

- "individualistic" culture in which individuals must bring about certain specific functions with precise responsibilities determined by the job description and to obtain agreed results representing his personal contribution to the companies work;
- "collectivist" culture in which the organization management does not give great importance to the individual tasks on each person, because the basic unit of organization is a group of people (section, department) and not isolated individuals,

descrierea postului și să obțină rezultate determinate, reprezentând contribuția sa personală la activitatea firmei, fie printr-o cultură „colectivistă” în cadrul căreia managementul organizației nu dă o importanță deosebită sarcinilor individualizate pe fiecare persoană, deoarece unitatea de bază din organizație este un colectiv de oameni (secție, departament) și nu individul izolat, iar răspunderea pentru realizări revine acestui colectiv.

Pe acest fond de abordare a valorii, inclusiv companiile au fost nevoite să dezvolte sisteme asociative sub forma parteneriatelor cu distribuitorii în cadrul sistemelor integrate sau sub forma alianțelor, achizițiilor și fuziunilor.

Modelul culturilor occidentale era, acum 50 de ani, mai mult un model individualist care aborda individul ca o persoană distinctă cu defecte și calități ce generau o valoare proprie, separată de mediul în care evolua individul. În schimb, acum individul este mult mai mult evidențiat de mediul de proveniență și existență. Această tendință a fost generată de concurența sistemului japonez asupra culturilor occidentale, sistem ce aducea eficiența abordării manageriale de grup, concepție care privea individul numai în relație cu alții, în cadrul unui grup. De altfel, în limba japoneză nu există echivalentul cuvântului englezesc „eu”, care să desemneze o persoană izolat în mediul său. De asemenea societatea, în general, prezintă, privitor la *raporturile de poziție* dintre indivizi, diferențe și evoluții de la o etapă istorică la alta, ce se regăsesc și la nivelul organizațiilor începând de la cele familiale până la nivelul unor mari corporații și grupuri de firme. Astfel în ceea ce privește gradul de egalitate/ inegalitate între participanții la o organizație, cultura conducerii manageriale a evoluat de la o cultură egalitară la una autoritară bazată pe lideri reprezentativi pentru grupuri omogene și amorfe de indivizi. Analizele întreprinse în ultimii 50 de ani în țările cu economii dezvoltate pe baza "indicelui distanței față de putere" conceput de I. Hofstede indică evoluția acestuia de la

and responsibility for achievements devolve on the collective.

In this social approach of value's assessment, companies even were forced to develop associative systems in partnerships with distributors in the integrated systems or strategic alliances, corporate acquisitions and equity mergers.

Western cultural model was 50 years ago, more individualistic considering the individual as a person with distinct qualities and defects that lead to a value of its own, separate from the environment in which individuals evolve. Instead, the individual is now much more revealed by his living and provenance environment. This trend was driven by domination of the Japanese culture on the Western markets, system that brings efficiency of group approach in management that looking for individual only in relation to others within a group. Moreover, in Japanese there is no equivalent for word "I" to designate a person isolated in its environment.

Also, society from a historical stage to another, submit differences and developments about *the position relations of individuals* who is found inside of organizations from the family up to large corporations and groups of companies. Thus, regarding the degree of equality/inequality between participants in organization, culture of leadership has evolved from an egalitarian to an authoritarian culture based on amorphous and homogeneous groups of persons driven by representative leaders for them. Undertaken analysis in the last 50 years for developed economies countries, based on "index of distance to power" designed by I. Hofstede, shows the evolution of index from low values specific to an egalitarian approach in driving organizations to higher values indicating a higher degree of inequality.

Adaptive values are another side that refers to *relationships with nature* (control vs. harmony), *mode of action* (assuming vs. avoidance uncertainty), *the nature of reality*

valori mici specifice unei abordări egalitare în conducerea organizațiilor, către valori mari ce indică un grad mai ridicat de inegalitate.

Valorile adaptive reprezintă o altă latură ce se referă la *raporturile cu natura* (control vs. armonie), *modul de acțiune* (asumarea vs. evitarea incertitudinii), *natura realității* (materială vs. imaginară), *natura adevărului* (rațional vs. afectiv), *statutul în societate* (merit vs. poziție) etc.

Adaptarea la sistemele de referință din mediu reprezintă un nivel de corelare prin care organizațiile și entitățile își păstrează identitatea. Evoluțiile înregistrate evidențiază și o adaptare diferită a organizațiilor în care se face treptat tranziția de la controlul acțiunilor către adaptarea dinamică.

Astfel în raport de *natura realității* (materială/imaginară) orientarea tinde către o abordare mult mai imaginativă atestând o schimbare din zona formei către conținut și funcționalitate.

De asemenea este interesant de evidențiat evoluția mentalităților la nivel social dar și în conducerea organizațiilor în privința *abordării adevărului*. Tendințele actuale sunt orientate mai mult spre valori raționale mult mai mult decât în anii 90 ai secolului trecut când afectivitatea domina acțiunile piețelor. Consumatorii dar și managementul firmelor erau mult mai speculativi acum 15 ani decât în momentul actual.

Raporturile cu natura evidențiază la nivelul evoluției sociale o tranziție de la control la armonie și exploatarea echilibrată a mediului și a resurselor. Prin aceasta se observă și tranziția de la abordarea strategică fundamentată pe resursele organizației către o abordare orientată către resursele mediului.

Un alt aspect de adaptare la valori este atitudinea față de *statutul social*. Dacă ultimii 20 de ani au fost în general dominați de tendințe speculative același lucru s-a dovedit a fi specific și în cazul raporturilor de reprezentare. Caracteristica din ultimii 20 de ani a orientării spre poziții sociale dominante și în același tip dominarea prin poziție ierarhică tinde să se transforme într-o orientare spre deținere de poziții în raport de

(material vs. imaginary), *the nature of truth* (rational vs. affective), *status in society* (merit vs. position) etc.

Adapting to the reference systems of the environment it represents a type of correlation with this, through which organizations and entities retain their identity. Recorded development it also highlights the different adaptation of organizations where is a gradually transition from the control of actions to dynamic adaptation.

Thus in relation to *the nature of reality* (material/imaginary) orientation tends towards a more imaginative approach evidencing a change from the shape area to the content and functionality area.

It is also interesting to reveal the evolution of mentalities at social level but also at organization management level, in respect to approach of truth. Trends are more oriented towards rational values much more than 90 years of the last century when affection dominate market shares. Consumers and company's management were more speculative today than 15 years ago.

Relationship to the nature it indicates the transition in social evolution from control to harmony and balanced exploitation of the environment and resources. This observed a transition from the strategic approach based on organizational resources to approach based on environmental resources.

Another aspect of adaptation is at the attitude towards social status. If 20 years were mainly dominated by speculative tendencies, they proved to be specific in relation to representation. Feature of the past 20 years to move towards the dominant social positions and dominance by the same hierarchical position tends to turn into holding hierarchical positions in relation to their own merit. It guides the social and business to skills and intrinsic value.

To those presented above can add **relational values** and **individual values**.

Relational values related concerns how to define a community in relation to time

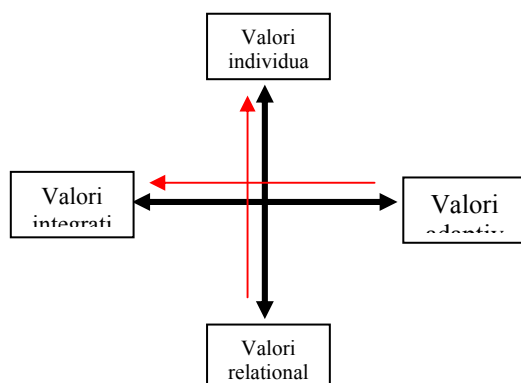
meritul propriu. Aceasta orientează mediul social dar și mediul de afaceri spre competențe și valoare intrinsecă.

La cele prezentate anterior putem adăuga și **valorile relaționale** și **valorile individuale**.

Valorile relaționale se referă la modul în care se definește o comunitate în raport cu timpul („monocronic” vs. “policronic”), schimbarea (pro-activ vs. pasiv), spațiul (public vs. privat), modul de comunicare și natura limbajului (explicit vs. implicit) etc. Tendințele manifestate sunt de tip policronic cu o mai mare libertate de acțiune personală, dar cu un nivel mai mare de pasivitate la probleme curente și în același timp cu o mai mare manifestare în spații private unde exprimarea devine mai explicită.

Valorile individuale sunt relevante pentru nevoile și comportamentul de cumpărare pe piețele de consum dar și pentru specificul individual al organizațiilor și managerilor. Acestea se referă la valorile fizice (adult vs. copil), securitatea (masculin vs. femin), asocierea (umor-seriozitate), aprecierea și stima (tânăr vs. bătrân) dar și nevoile de actualizare (recompensă imediată-câștig vs. recompensă târzie-muncă). Așteptările pentru perioada viitoare sunt legate de tendința de întinerire a mentalităților și o feminizare a societății completată de o asociere mult mai informală și aprecierea mai mare a proiectelor decât a normelor și cutumelor având ca rezultat munca bazată pe așteptări mai reduse pe termen scurt și cu rezultate pe termen lung.

Aceste valori urmează o evoluție care plasează societatea viitorului în planul unor puternice valori integrative și individuale. Putem evidenția aceasta în figura nr. 2.



(“monocronic” vs. “policronic”), change (“proactive” vs. “passive”), space (“public” vs. “private”), mode of communication and the nature of language (“explicit” vs. “default”) etc. Manifested tendencies are policronic type with greater personal freedom of action, but with a greater degree of passivity on current issues and at the same time with a greater occurrence in private spaces where the expression becomes more explicit.

Individual values are relevant to individual needs and buying behavior of consumer markets but for the individual specific of organizations and managers. They cover the physical values (“adult” vs. “child”), security (“male” vs. “female”), association (“humor” vs. “seriously”), appreciation and respect (“young” vs. “old”) and fulfillment needs (“immediate reward - gain” vs. “late reward –work”). Expectations for the future are related to the tendency of rejuvenation of mentalities and feminization of society supplemented by more informal association and on the other hand appreciation of the projects higher than the rules and customs with the result that work expectations based on lower expectations on short-term and long term results.

These values follow an evolution which places the future society in the plan of strong integration and individual values. We emphasize this figure in no. 2.

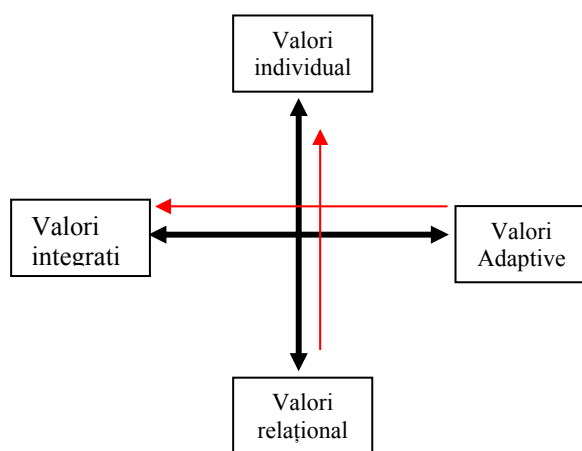


Figure no. 2 Trends in the evolution of the values

Figura nr. 2 Tendințe la nivelul evoluției valorilor

Toate aceste schimbări reliefează tranziția către o nouă etapă în evoluția socială, evoluție ce se va manifesta și în modul de manifestare a managementului.

Pentru perioada următoare, dincolo de manifestarea acută a crizei economice actuale, considerăm că vor fi numeroase schimbări în structura familiei, creșterea preocupărilor pentru mediul ambiant, sporirea populației planetei, tendința de orientare către sine. Toate acestea se vor reflecta și în afirmarea noi tendințe în cadrul piețelor de consum:

- Vor exista mai multe excursii independente (și mai puține bagaje);
- Mai puțină distracție colectivă (cluburi), mai mult divertisment individual (jocuri computerizate, video);
- Mai multe preparate de o singură porție și mai puține ambalaje familiale;
- Mai mult sport individual (tenis și badminton), mai puțin sport de echipă (fotbal sau rugby);
- Mai mult accent pus pe afaceri familiale și mai puține privilegii;
- Mai puține automobile și mai multe biciclete;
- Mai multă singurătate și mai puține locuințe familiale;
- Mai mulți vegetarieni și mai puțini consumatori de carne.

Se estimează că până în anul 2015 aproape 30% din populația Uniunii Europene va fi vegetariană, marea majoritate vor locui singuri și vechile metode socio-economice de segmentare a piețelor vor deveni inutilizabile, datorită afirmării altor fenomene și tendințe sociale, cum ar fi alegerea în mod deliberat a unei slujbe sub capacitatea profesională pentru evitarea stresului sau activităților specifice indivizilor ce operează la nivelul realizării de sine.

3. De la managementul social către managementul rațional și managementul umanist.

All these changes show the transition to a new stage in the evolution of social development that will manifest itself in the event management.

For the following period, beyond the acute manifestation of the current economic crisis, it will be many changes in family structure, increased concerns for the environment, world population increase, the trend of orientated itself. All this facts will be reflected in the affirmation of the new trends in consumer markets:

- There will be more independent tours (and less baggage);
- Less collective entertainment (clubs), more individual entertainment (computer games, video);
- More prepared food in a single portion and fewer family packs;
- More individual sports (tennis and badminton) and less team sports (football or rugby);
- More emphasis on family business and fewer privileges;
- Fewer cars and more bicycles;
- More loneliness and fewer family dwellings;
- More vegetarians and less consumers of meat.

It is estimated that by 2015 nearly 30% of EU population will be vegetarian, the vast majority will live alone and the old methods socio-economic segmentation of the market will become unusable due affirmation of other social phenomena and trends, such as choice deliberately a job below professional ability to avoid stress or specific activities at the level of self-realization.

3. From social management to rational management and human management.

As a function of the universal systems the science of management crossing four phases or stages of cyclical event. Resumption of these stages is done on higher or equivalent levels of development. A first form of manifestation, we can define as "rational management" which describes those application forms of management

Managementul ca funcție a sistemelor universale traversează patru etape sau *stadii ciclice de manifestare*. Reluarea acestor stadii se realizează însă pe nivele de evoluție superioare dar echivalente.

O primă formă de manifestare o putem conceptualiza sub denumirea de „management rațional” care descrie acele forme de realizare a funcțiilor manageriale bazate pe ierarhii stricte și delimitare foarte clară a sarcinilor. Opus acestui tip de management este „managementul funcțional”, management ce se fundamentează pe relații și structuri funcționale dar și sarcini de lucru longitudinale direct legate de un domeniu de activitate dar care se regăsesc la nivelul mai multor funcțiuni ale firmei. Cele două forme de management sunt forme de expresie ale *dimensiunii formale* a acestuia.

De asemenea există și o *dimensiune structurală* a managementului rezultând de asemenea două forme de manifestare a managementului: „managementul structurat/social” reprezentând structuri manageriale reprezentative și sarcini de lucru transversale și „managementul individualist/umanist” care pune accentul pe colaborare și sarcini de lucru nestructurate.

Urmând modelele sociale ale valorilor manifestate în cadrul piețelor și chiar la nivel global, apar modificări și în ceea ce privește manifestarea managementului prin formele de organizare și administrare a organizațiilor. Este evident că o cultură socială orientată spre ierarhie va determina aplicarea unor formule corespundente în managementul firmelor.

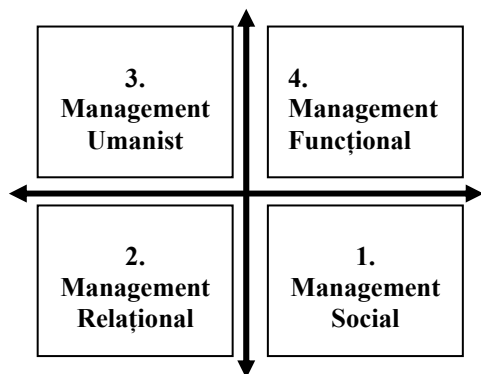


Figura nr. 3 - Forme de manifestare a managementului

Evoluția managementului, începând din

functions based on strict hierarchies and clear delineation of tasks. Opposed this management type is "functional management", management is based on functional relationships and structures and longitudinal organizational tasks related to one area of activity but which are found at several functions of the firm. The two forms of management are expression of it formal dimension.

Also there is a structural dimension of management resulting also two forms of event management:

- “structured management”/“social management” composed of representative managerial structures and cross-cut tasks;

- “individualistic management”/“human management”, that focus on collaboration and unstructured tasks.

Following the social models of values expressed in the markets and even global level, changes occur with regard to the manifestation of management by forms of organization and administration. It is clear that a social culture oriented to hierarchy will determine the application of the corresponding formulas in the management of firms.

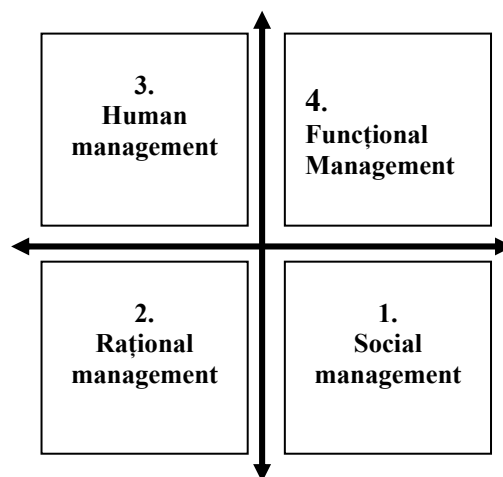


Figure no. 3 - Types of event management

Evolution of management, since the period immediately following the Second World War, was precisely characterized by the transition from group model to future individualistic model.

perioada imediat următoare celui de-al doilea război mondial, a fost caracterizată tocmai de tranziția de la modelele de grup către modelele viitoare individualizate.

Multă vreme începând cu anii 50 cultura de tip managerial era bine fundamentată pe modele sociale. Aceste modele sociale evidențiau faptul că oamenii trebuie priviți ca grupuri sociale compacte care tind să se manifeste coerent în raport de credințe și valori comune. Din acest motiv modelele de organizare, producție și marketing erau puternic dominate de cultura de grup. Managementul de tip social avea tendința de a cere extinderea afacerilor pe piețe din ce în ce mai largi datorită faciei abordări grupate a noilor piețe pe care se intra. Adaptarea producției și a marketingului și vânzărilor era soluția concepută ca salvatoare pentru afaceri.

După marile crize energetice înregistrate în anii 70 mediul de afaceri și lumea s-a schimbat major astfel că, începând cu anii 80 s-a dezvoltat mult mai activ managementul rațional ca o a doua eră a managementului. Dacă prima eră a managementului social-structurat a fost era corporațiilor, această nouă eră sprijinea corporațiile să se dezvolte la nivel de grupuri de afaceri. Managementul rațional s-a fundamentat în principal pe raționalizarea producției și consumului, iar în planul valorilor de management pe conducerea și organizarea mult mai formalizată și centralizată a firmelor și companiilor.

Această integrare puternică a economiilor și companiilor împreună cu filialele acestora, a condus la un curent de exploatare masivă a resurselor de toate tipuri. Exploatarea puternică a resurselor naturale, asociate rentei a epuizat stocurile existente. De asemenea, exploatarea resurselor de capital a determinat apariția puternicei crize financiare de pe marile piețe și chiar la nivel global. Și nu în ultimul rând, exploatarea resursei umane a dus la epuizarea sistemelor de învățământ și formare, a sistemelor de recrutare și de asemenea la reducerea eficienței acestei resurse. Răspunsul va fi dat de **cea de-a treia eră a managementului** care o putem denumi **managementul uman** ce respectă individualitățile și exploatează resursa umană dar și celelalte tipuri de resurse în mod durabil

Long as 50 years of managerial culture was well on **social models**. The social models show that people must look as compact groups that tend to be coherent in relation to common beliefs and values. For this reason models of organization, production and marketing were strongly dominated by group culture. Social management trend to require expanding of business on wider markets, expansion facilitated by grouped approach of new markets where are entering. Adaptation of production and marketing and sales solution was designed to rescue the business.

After the major energy crisis in 70 years in the business, world has major changed so that, since the 80s **rational management** has grown much more as the second era of management. If the first era designed like social management was corporation's era that new era support the corporate-level to develop as business groups. Rational management was based mainly on the rationalization of production and consumption, and the management values was based on leadership and organization more formalized and centralized on firms and companies.

This strong integration of economies and companies with theirs subsidiaries, led to a stream of massive exploitation of all types resources. Strong exploitation of natural resources associated to rent exhausted existing stocks. Also, the exploitation of capital resulted in the emergence of powerful financial crisis on the large markets and even globally. And last but not least, human resource exploitation has led to depletion of education and training, and recruitment systems and also reduces the efficiency of this resource. The answer will be given by the third era of management that we can call **human management** that respects individuality and exploiting human resource and other resources in a sustainable manner in accordance with human needs not the needs of large companies.

conform cu nevoile umane nu cu nevoile marilor companii.

Bibliografie

1. Neamtu Liviu – *International marketing*, Editura Universitaria, Craiova, 2008
2. Neamtu Adina – *Marketing*, Editura Academica Brâncuși, Târgu-Jiu, 2008
3. Neamtu Liviu - *Strategic management*, Universitaria Publishing House, Craiova, 2006

Bibliography:

1. Neamtu Liviu - *Strategic management*, Universitaria Publishing House, Craiova, 2006
2. Neamtu Liviu – *International marketing*, Universitaria Publishing House, Craiova, 2008
3. Neamtu Adina – *Marketing*, Academica Brancusi Publishing House, Targu-Jiu, 2008